



2013年3月6日(水)

小栗キャップの News Letter

税理士法人オグリ 代表社員 小栗 悟

〒500-8847 岐阜県岐阜市金宝町 1-3 岐阜第一生命ビル 4F

TEL : 058-264-8858 FAX : 058-264-8708

Email: info@otc-oguri.com <http://www.otc-oguri.com>

コンセプト (概念)

“コンセプト”とは物事の総括的、概括的な意味、すなわち概念のことです。

「世の中の全ての物事は、コンセプトによって表現することが可能であり、それを提議・提唱する者の心性、視点、立場、精神的なポジション・在り方を反映する。」とされています。

例えば「柔道七段」と言えば、短い表現で柔道界での強さを端的に表しています。

また、ある物事（例えば、ある商品・サービス）を実在的、論理的に表現しようとすると、長い文章表現や、くどい説明が必要になって、かえって分かりにくくなるところを、コンセプトを使えば、他の類似した物事と、明確に区別して単純明快に説明することができます。

この利点を生かして、商品・サービスの販売活動では盛んに“コンセプト”が使われています。

ビジネスのコンセプト

企業活動では、“我が社はどんな会社か、大切にしている価値感は何か”を「企業理念・社是」としてコンセプト化し、社会や顧客に明示しているケースが極めて多いのは周知の通りです。

さらに、個別の企業が自社の経営戦略を商品・市場戦略として展開しようとする場

合、顧客にアピールする商品・サービスの機能を設計・開発し、顧客に届けられるような生産・サービスの体制・営業マンの能力を開発しなければなりません。

それが出来て、はじめて“コンセプト”として表現することができます。

しかし、この“コンセプト”は商品やサービスの設計・開発の初期段階から、設定して、専門知識・技術を駆使して、それを機能的・論理的に説明できるよう企画し、計画・実行し、実現しなければなりません。

コンセプト活用の留意点

市場・顧客に説得力を持ってアピール出来る“コンセプト”を持つには、特に次の点に留意しなければなりません。

1. 商品・サービス開発の前に、市場・顧客を分析・研究し、ターゲット（買って欲しい顧客層）と、そのご満足が得られる機能を“コンセプト”として定義する。
2. 専門知識・技術を活用し、開発のプロセスで創意工夫して、その機能を実態として保有する商品・サービスを開発した上で、“コンセプト”を検証、活用する。



コンセプトで単純明快に分かる!